



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

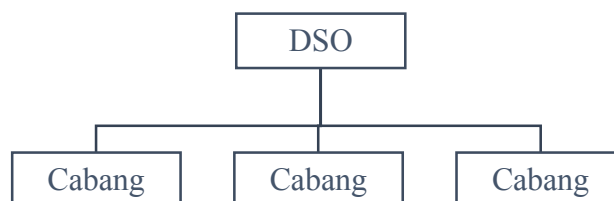
2.1.1 Profil Perusahaan

PT Astra Daihatsu Motor (ADM) merupakan agen pemegang merek Daihatsu di Indonesia yang juga sebagai produsen kendaraan merek Daihatsu dan Toyota. Saham dari ADM dipegang oleh tiga perusahaan yaitu Daihatsu Motor Company Limited Jepang, PT Astra International Tbk., dan Toyota Tsusho Corporation.

PT Astra International Daihatsu Tbk. – Daihatsu Sales Operation atau biasa disingkat dengan DSO Sunter merupakan kantor pusat dari seluruh cabang *showroom* Daihatsu yang tersebar di seluruh Indonesia. Dilihat dari sisi fungsional, DSO memiliki peran sebagai pendukung dan pengawas bagi seluruh kantor cabang yang tersebar di seluruh Indonesia. Yang menjadi pembeda antara DSO dengan kantor cabang yaitu DSO memiliki struktur perusahaan yang sangat luas dan juga mengatur seluruh kegiatan cabang yang tersebar di seluruh Indonesia, serta memiliki fungsi tambahan yaitu departemen *Human Resource Development* (HRD).

Jika digambarkan dalam bagan, struktur DSO akan tampak sebagai berikut:

Bagan 2.1 Kedudukan DSO dan Kantor Cabang



Sumber: Data Olahan Laporan 2019

Sedangkan kantor cabang merupakan kantor dari setiap wilayah atau sering disebut *showroom* untuk melakukan penjualan dan interaksi langsung kepada pelanggan.

Berbeda halnya dengan ADM di mana mengawali sejarahnya pada tahun 1973 dan mendapatkan hak untuk mengimpor kendaraan Daihatsu ke Indonesia. Pada tahun 1976, PT Astra International ditunjuk menjadi agen tunggal, importir, dan distributor tunggal untuk kendaraan Daihatsu di Indonesia.

Semua mobil Daihatsu didistribusikan ke seluruh Indonesia melalui PT Astra International Daihatsu Sales Operation (DSO). Dengan slogan pelayanan “*Daihatsu Cares for You Better*”, Daihatsu berusaha menjadi lebih baik lagi dalam melayani pelanggan. DSO berhak untuk melakukan penjualan dan layanan purnajual Daihatsu kepada pelanggan.

Slogan global yang dimiliki oleh Daihatsu adalah “*Innovation for Tomorrow*” yang merupakan slogan komitmen bagi Daihatsu di negara mana pun untuk selalu mewujudkan inovasi dengan menghasilkan produk-produk berkualitas tinggi yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas dan ramah lingkungan.

Pada tahun 2012, Daihatsu di Indonesia berkembang menjadi sahabat bagi masyarakat di Indonesia dengan slogan “Daihatsu Sahabatku”. Melalui slogan ini Daihatsu berusaha untuk selalu berperan sebagai sahabat dengan setiap pelanggan, di mana seorang sahabat yang dimaksud Daihatsu adalah orang-orang yang dapat diandalkan dan dipercaya serta selalu ada dalam suka dan duka. Hal ini diterapkan kepada setiap karyawan Daihatsu kepada setiap pelanggan yang ada sehingga menimbulkan rasa puas terhadap produk dan pelayanan yang diberikan.

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.1.2.1 Visi

Menjadi distributor otomotif terbaik di Indonesia dalam memenuhi kepuasan pelanggan, didukung dengan kondisi finansial yang baik dan orang-orang yang berkompeten

2.1.2.2 Misi

- Untuk menyediakan produk dan layanan yang terbaik
- Untuk memberikan yang terbaik bagi seluruh publik internal dan eksternal

2.1.3 Produk

- **Daihatsu Xenia (2004)**

MPV untuk keluarga berkapasitas 7 penumpang, dengan mesin 1300 cc menggunakan teknologi mesin DOHC dan Dual VVT-i yang telah teruji dan hemat bahan bakar.

- **Daihatsu Terios (2006)**

SUV berkapasitas 7 penumpang dengan mesin 1500 cc menggunakan teknologi VVT-i yang tangguh melintasi beragam medan jalan.

- **Daihatsu Gran Max (2007)**

Satu-satunya kendaraan komersial produksi Indonesia yang berhasil menembus Pasar Jepang dengan merk Toyota Town Ace dan Lite Ace. Berkapasitas 1300 cc dan 1500 cc dengan teknologi VVT-i dibuat dalam model *Pick-Up* dan minibus.

- **Daihatsu Sirion (2007)**

City Car Low dengan mesin 1300 cc VVT-i yang diimpor dari Malaysia dalam bentuk unit mobil (CBU). All New Sirion merupakan *City Car Low* pertama yang menggunakan fitur teknologi terbaik di kelasnya.

- **Daihatsu Luxio (2009)**

MPV keluarga dengan kapasitas 8 penumpang yang cukup luas, *stylish* sesuai tren global, dan memiliki interior mewah berkapasitas mesin 1500 cc berteknologi VVT-i.

- **Daihatsu Ayla (2013)**

Mobil berkonsep *green car* menggunakan mesin 1KR-DE 1.000 cc yang ramah lingkungan dan hemat bahan bakar. Astra Daihatsu Ayla didesain oleh putra bangsa dan diproduksi di Indonesia sesuai dengan karakteristik masyarakat Indonesia.

- **Daihatsu Siga (2016)**

MPV LCGC untuk 7 penumpang dewasa dengan kapasitas mesin 1000 cc dan 1200 cc yang dilengkapi dengan teknologi mesin DOHC dan Dual VVT-i (untuk kapasitas 1200 cc).

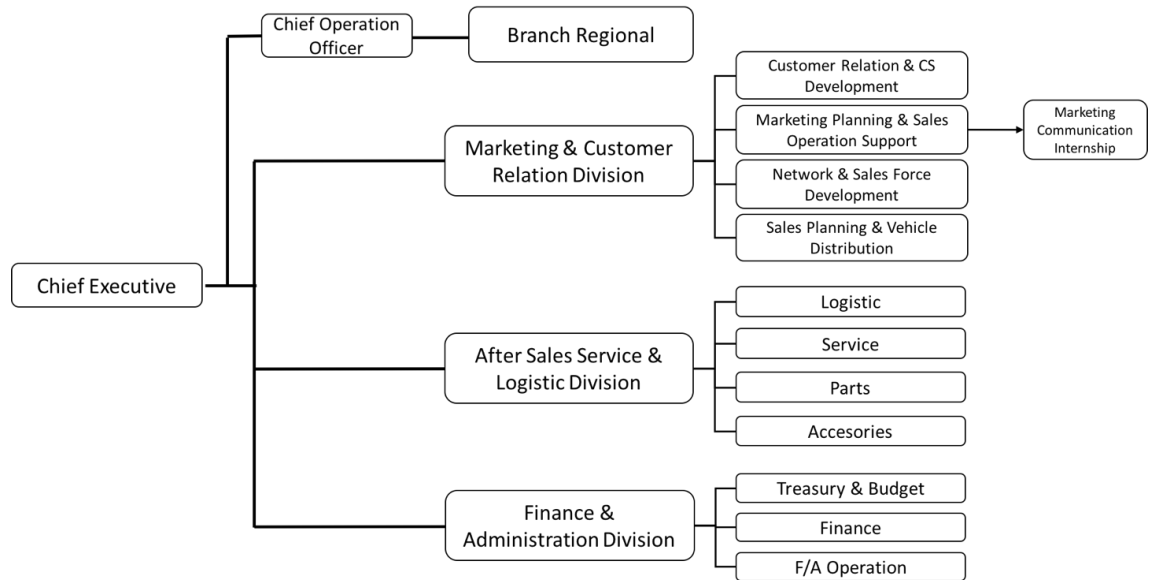
- **Daihatsu HI-MAX (2016)**

Kendaraan komersial dengan kapasitas maksimum mencapai 750 kg dan mampu berjalan dengan lincah di jalan yang sempit.

2.1.4 Struktur Organisasi

Untuk dapat menjalankan fungsi perusahaan dengan baik, dibutuhkan struktur organisasi yang jelas. Di dalam PT Astra International Daihatsu Tbk. – Daihatsu Sales Operation, perusahaan menerapkan struktur fungsional di mana struktur ini menjalankan tugas sesuai dengan departemen masing-masing.

Bagan 2.2 Struktur Organisasi PT Astra International Daihatsu Tbk. – Daihatu Sales Operation

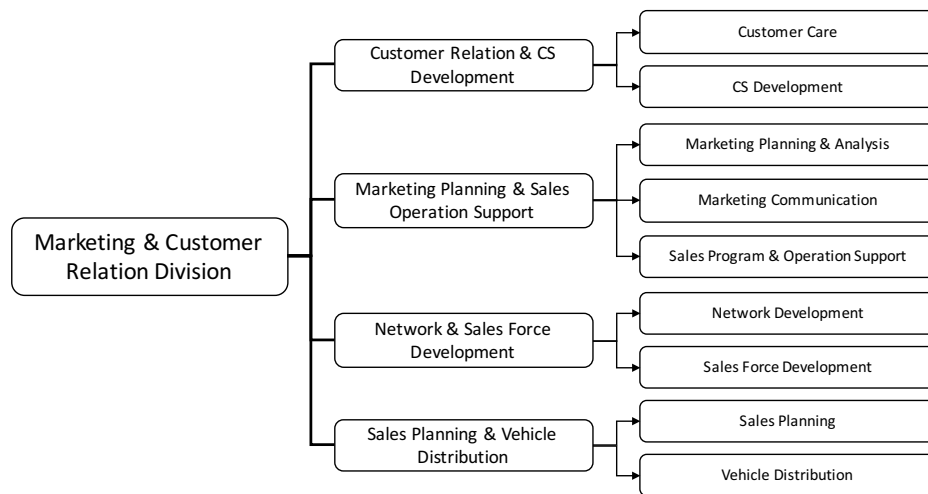


Sumber: Data Olahan Laporan 2019

2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

PT Astra International Daihatsu Tbk. – Daihatu Sales Operation atau DSO membentuk divisi *Marketing Communication* untuk mendukung seluruh kegiatan DSO yang tersebar di seluruh Indonesia. Di dalam divisi *Marketing Communication* sangat mengutamakan kreativitas dan multimedia dengan tujuan untuk meningkatkan efektivitas dalam memasarkan produk yang ditawarkan. Hal ini semakin terlihat jelas dalam melakukan kegiatan utama divisi *Marketing Communication* yaitu kegiatan BTL, beberapa kegiatan komunikasi internal kepada *sales* dalam bentuk *training*, serta komunikasi eksternal secara *Business to Business* maupun *Business to Consumer*.

Bagan 2.3 Struktur Departemen *Marketing & Customer Relations*



Sumber: Data Olahan Laporan 2019

Untuk dapat menjaga kualitas pelayanan dan *customer satisfaction*, divisi *Marketing Communication* juga terlibat dalam seluruh persiapan *training* yang akan dilakukan oleh Divisi *Network & Sales Force Development*. Tugas lain dari *Marketing Communication* juga sebagai penghubung antara DSO dengan kantor cabang. Sinergi antara pemasaran, komunikasi pemasaran, kreatif, dan multimedia menjadi inti dari kegiatan *Marketing Communication* di PT Astra International Daihatsu Tbk. – Daihatsu Sales Operation.